

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pergantian Presiden dan Wakil Presiden pada tahun 2024 menjadi momentum penting bagi masyarakat Indonesia. Dalam kontestasi Pemilu 2024, sejumlah tokoh politik yang telah dikenal luas mencalonkan diri sebagai pasangan kandidat, di antaranya Prabowo Subianto yang berpasangan dengan Gibran Rakabuming Raka, Ganjar Pranowo didampingi Mahfud MD, serta Anies Baswedan bersama Muhaimin Iskandar. Setelah melalui tahapan pemilu, pasangan Prabowo dan Gibran berhasil meraih kemenangan dengan memperoleh 96.214.691 suara atau 58,6% yang dihitung dari total 164.227.475 suara sah (Permana, 2024). Kemenangan tersebut membawa keduanya pada tanggung jawab besar untuk memimpin bangsa Indonesia selama lima tahun ke depan. Prosesi pelantikan keduanya sebagai Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia berlangsung pada 20 Oktober 2024, menandai awal baru dalam perjalanan pemerintahan Indonesia.

Bertepatan dengan momentum pergantian era pemerintahan, banyak isu dan rekam jejak dari para figur politik yang disorot oleh media massa, khususnya media daring. Di era digital, media daring yang merupakan salah satu sarana dari komunikasi massa memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas politik. Masyarakat mengalami pergeseran dari kondisi tradisional menuju modern. Hal tersebut memengaruhi cara berkomunikasi, penggunaan alat, tantangan, dan sarana yang digunakan dalam memperoleh suatu informasi (Nurudin, 2014). Media massa berperan sebagai sumber informasi yang dapat membentuk sebuah gambaran dan citra realitas sosial dalam masyarakat (Anwar et al., 2019). Media massa di era digital juga diposisikan sebagai salah satu sarana dalam komunikasi politik dan memiliki hubungan yang kuat dengan proses pembentukan opini khalayaknya. Hubungan tersebut muncul sebagai dampak dari pembangunan realitas (Tabroni, 2023).

Perhatian cukup besar tertuju pada Gibran Rakabuming Raka selaku Wakil Presiden Indonesia terpilih. Pada awalnya, pencalonan Gibran sebagai Wakil Presiden menimbulkan polemik berupa berbagai reaksi dan opini dari publik,

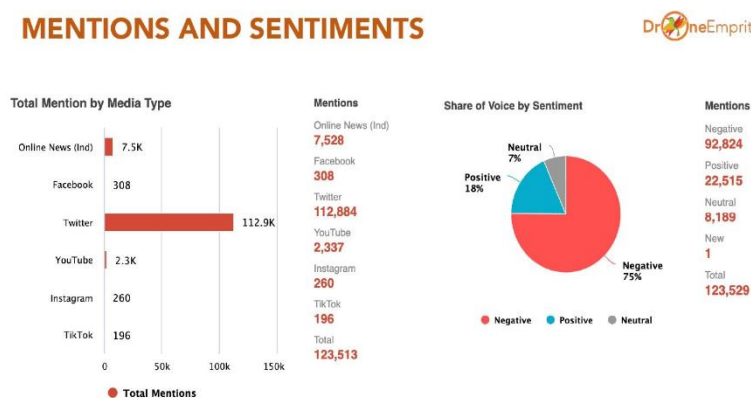
media, serta partai politik. Gibran menarik perhatian masyarakat karena statusnya sebagai anak mantan Presiden Joko Widodo, yang membuat kehadirannya di dunia politik memiliki dampak besar, baik dari segi popularitas, citra, harapan, serta ekspektasi masyarakat. Hal tersebut menjadikannya figur yang mencuri perhatian sepanjang alur Pemilu 2024 hingga pelantikan Presiden dan Wakil Presiden 2024 (Amriani et al., 2024).

Menjelang pelantikan Presiden dan Wakil Presiden pada tahun 2024, muncul sebuah fenomena yang menarik perhatian publik, yaitu tersebarnya unggahan-unggahan kontroversial dari akun Kaskus bernama Fufufafa pada akhir bulan Agustus, 2024. Unggahan-unggahan pada akun tersebut dinilai menghina tokoh-tokoh politik seperti keluarga Prabowo Subianto, Susilo Bambang Yudhoyono, dan turut menyeret sejumlah artis serta penyanyi perempuan Indonesia. Isi unggahannya yang sensitif menimbulkan pelanggaran terhadap norma kesopanan, kehormatan individu, serta nilai-nilai etika sosial yang berlaku (Rizkiana et al., 2025). Kontroversi mengenai akun tersebut semakin memanas ketika masyarakat mulai menyelidiki kemungkinan keterkaitan antara akun tersebut dengan Gibran Rakabuming Raka, yang saat itu tengah bersiap dilantik sebagai Wakil Presiden. Respons Gibran terkesan menghindar dari polemik kemudian memperbesar kontroversi dan menjadi topik pembahasan di berbagai platform media sosial dan media massa (Rahman, 2024).

Di tengah polemik tersebut, pakar telematika Roy Suryo memberikan pernyataan bahwa akun Kaskus Fufufafa memiliki keterkaitan dengan Gibran. Melalui pendekatan sosio-teknis, Roy memperhatikan gaya penulisan pada akun Fufufafa yang menurutnya serupa dengan gaya penulisan di akun media sosial Chili Pari, bisnis kuliner yang dimiliki oleh Gibran. Selain itu, Roy juga mengungkapkan bahwa hasil analisis teknis menunjukkan adanya hubungan antara akun tersebut dengan nomor telepon pribadi yang diduga milik Gibran (Esvandi, 2024). Dugaan tersebut diperkuat ketika ditemukannya unggahan yang menunjukkan akun Kaskus tersebut memiliki ID yang sama dengan ID yang pernah diakui kepemilikannya oleh akun X Chili Pari *Catering*, yang diketahui merupakan akun bisnis milik Gibran. Gibran sendiri telah membantah kepemilikan akun tersebut (Lestari, 2024).

Menurut data dari Drone Emprit (2024) yang merupakan sebuah media pengawas percakapan dan pemberitaan di platform daring, awal mula tersebarnya

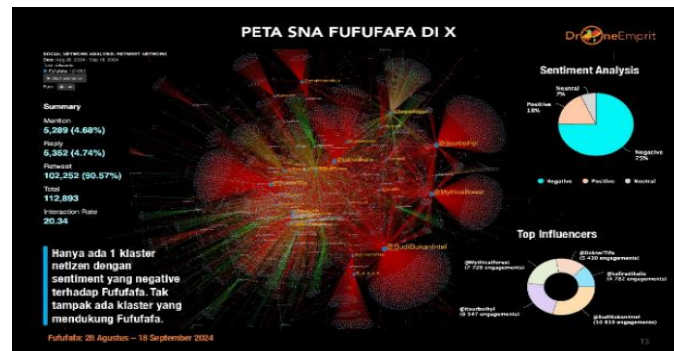
informasi mengenai akun Fufufafa muncul pada akhir bulan Agustus dan terus ramai diperbincangkan serta menarik perhatian publik pada bulan September hingga bulan Oktober, 2024 (Rahman, 2024). Drone Emprit (2024) mengambil data topik dari berbagai media sosial seperti X, Facebook, Instagram, dan Tiktok, serta basis data portal-portal berita daring. *Trending topic* dengan kenaikan signifikan terdapat pada media sosial X. Berikut merupakan Gambar 1.1 yang menunjukkan hasil analisis tren isu akun *Kaskus* Fufufafa pada media sosial dan media daring:



Gambar 1.1 Analisis Tren Fufufafa Pada Media Sosial dan Portal Berita Daring
Sumber: Rahman (2024)

Hasil analisis tersebut menunjukkan kenaikan tren topik yang signifikan terjadi mulai tanggal 28 Agustus hingga 18 September 2024. Isu ini memperoleh lebih dari 100 ribu *mentions* pada media sosial X. Isu ini juga didominasi oleh sentimen negatif yang mencapai angka 75%. Analisis sentimen adalah metode untuk mengetahui pendapat atau pandangan seseorang yang tertuang dalam tulisan di media sosial, dengan mengelompokkannya ke dalam kategori sentimen positif, negatif, atau netral. Proses ini juga dikenal dengan istilah *text mining* atau *opinion mining*. Melalui analisis tersebut, berbagai informasi dapat diperoleh, khususnya dalam memahami bagaimana pandangan publik terhadap pemerintah (Amelia & Yusuf, 2025).

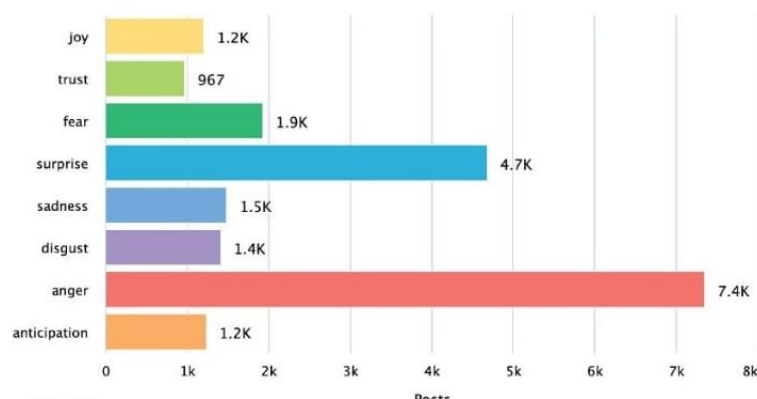
Berikut merupakan Gambar 1.2 yang menunjukkan angka *mentions* dan sentimen terkait isu ini pada media sosial X:



Gambar 1.2 *Mentions* dan Sentimen dari Topik Fufufafa pada Media Sosial X

Sumber: Rahman (2024)

Pembahasan serupa juga terjadi di platform lain, seperti TikTok dengan 46 juta *engagement*, YouTube dengan 20 juta *engagement*, serta Instagram dan Facebook dengan angka partisipasi yang signifikan. Tagar seperti #Fufufafa, #Gibranjujurlah, dan #GibranRakabuming menggambarkan berbagai topik pembahasan, meliputi kritik terhadap tokoh publik, spekulasi politik, hingga peran media dalam memberitakan isu. Selanjutnya, Drone Emprit (2024) turut menganalisis emosi yang tercermin berkaitan dengan kasus ini. Berikut merupakan Gambar 1.3 yang menunjukkan hasil analisis emosi dari percakapan di berbagai media sosial:



Gambar 1.3 Analisis Emosi dari Percakapan Media Sosial

Sumber: Rahman (2024)

Analisis tersebut menunjukkan dua emosi utama, yaitu kemarahan (*anger*) dan terkejut (*surprise*). Dominasi emosi kemarahan dipicu oleh penghinaan terhadap partai dan tokoh politik, dugaan penyalahgunaan fasilitas negara, dan respon frustrasi berkenaan dengan nepotisme serta penyalahgunaan jabatan. Sementara itu, emosi terkejut meliputi identifikasi akun Fufufafa yang tidak sesuai dugaan, penghinaan terhadap berbagai pihak, dan peran Menkominfo dalam kontroversi (Rahman, 2024).

Hasil analisis Drone Emprit (2024) juga menunjukkan bahwa media daring di Indonesia turut serta menyebarkan berita tentang akun Gibran dan keterkaitannya dengan akun Kaskus Fufufafa dengan berbagai sudut pandang, dari mulai penitikberatan pada dugaan bukti-bukti kepemilikan akun yang mengarah pada Gibran, kaitannya dengan Jokowi, reaksi publik dan Kominfo, hingga tanggapan Prabowo sebelum pelaksanaan pelantikan.

Berikut merupakan Gambar 1.4 yang menunjukkan keragaman topik pemberitaan daring terkait isu keterkaitan Gibran dengan akun Kaskus Fufufafa:



Gambar 1.4 Map Topik Berita Daring terkait Gibran dan Akun Fufufafa

Sumber: Rahman (2024)

Media sejatinya melakukan pemilihan fakta dan penonjolan aspek tertentu dalam pemberitaan mengenai suatu isu. Isu yang sama dapat diberitakan dengan sudut pandang yang berbeda oleh media yang berbeda (Sobur, 2018). Topik pemberitaan yang beragam tersebut menunjukkan bagaimana media daring mengambil sudut pandang yang berbeda mengenai satu isu untuk dijadikan berita dan disebarkan kepada khalayak.

Direktur Eksekutif Indonesia *Political Opinion*, Dedi Kurnia Syah, menyatakan bahwa isu Fufufafa berpeluang menjadi ancaman bagi reputasi Gibran sebagai Wakil Presiden kedepannya (Dewi & Winardi, 2024). Sejalan dengan pendapat tersebut, Drone Emprit (2024) juga menyatakan bahwa hilangnya kepercayaan terhadap Gibran akibat kasus ini dapat menimbulkan polarisasi antara pendukung dan lawan politiknya, serta memengaruhi citra dan efektivitas Gibran sebagai pemimpin di masa mendatang. Isu ini turut menjadi perhatian kelompok-kelompok strategis seperti Forum Purnawirawan TNI. Bagi mereka, keberadaan akun tersebut memperkuat alasan untuk menggulirkan wacana pemakzulannya dari kursi Wakil Presiden, karena dinilai mencerminkan ketidaksinkronan nilai dan arah politik Gibran dengan pemerintahan yang dipimpinnya. Forum menilai bahwa Gibran tidak layak menjadi pemimpin negara (Abdurrahman, 2025). Hal tersebut menjadikan isu ini layak dikaji lebih dalam dengan konteks analisis media.

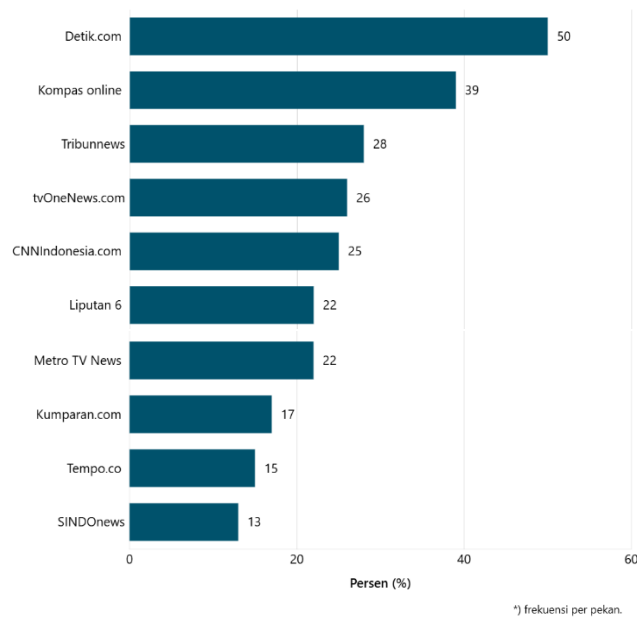
Media daring kerap digunakan sebagai sarana untuk membentuk opini atau pandangan masyarakat. Informasi yang disampaikan oleh media daring umumnya berupa berita yang dirancang untuk memberikan informasi tentang isu tertentu dan disusun sedemikian rupa agar dapat menarik minat publik. Berita idealnya harus berlandaskan realitas, dengan memastikan bahwa setiap isu disajikan secara lengkap, akurat, dan adil, namun tidak jarang juga ada bagian yang lebih ditonjolkan maupun didramatisir untuk menarik minat pembaca. Hal tersebut bergantung pada bagaimana sebuah media melakukan pemingkaian berita untuk mencerminkan realitas (Sopiyan & Setiawan, 2023).

Studi dari *Massachusetts Institute of Technology* pada tahun 2023 menunjukkan bahwa konsumsi berita daring dapat memengaruhi pandangan politik seseorang, terutama melalui media partisan yang cenderung memperkuat pandangan ideologis yang sejalan dengan pembaca. Pengaruh media daring terhadap pandangan politik seseorang terbukti kuat, khususnya bagi mereka yang mengandalkan sumber berita tertentu untuk mendapatkan informasi. Platform-platform tersebut bukan hanya menjadi tempat mengakses berita, tetapi juga memfasilitasi terbentuknya pandangan politik yang cenderung mengarah pada polarisasi, terutama ketika masyarakat lebih banyak mengonsumsi media yang selaras dengan keyakinan atau ideologi politik mereka (Dizikes, 2023). Merujuk pada buku *Understanding Media: The Extensions of Man* oleh Marshall

McLuhan, tertulis konsep “*medium is the message*” yang berarti medium komunikasi memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat daripada konten atau pesan yang disampaikan (McCluhan, 1994).

Media memiliki peran yang penting dalam membangun gambaran realitas yang berdampak besar pada khalayaknya (Nurudin, 2014). Perbedaan dari berbagai sudut pandang pemberitaan dari sebuah media dapat membentuk berbagai persepsi publik mengenai isu yang sama. Media memiliki peran dalam membentuk narasi, baik dengan menonjolkan bukti tertentu, menyajikan kontroversi, maupun menimbulkan spekulasi tertentu. Media berfungsi sebagai pembentuk makna. Interpretasi media massa terhadap suatu peristiwa dapat mengubah cara pandang seseorang terhadap realitas (Eriyanto, 2012). Pemberitaan yang beragam mengenai dugaan kepemilikan akun Kaskus Fufufafa oleh Gibran Rakabuming Raka menunjukkan bagaimana media daring di Indonesia menyajikan isu yang sama melalui sudut pandang dan bingkai yang berbeda. Hal tersebut menjadi penting untuk diteliti karena pembingkai yang dilakukan media berpotensi memengaruhi persepsi publik terhadap Gibran dan reputasinya sebagai Wakil Presiden Indonesia.

Perubahan dalam format media dan perkembangan teknologi telah mengubah cara khalayak dalam mengakses dan mengonsumsi informasi. Kini, khalayak memiliki keleluasaan yang jauh lebih besar untuk memilih media yang sejalan dengan preferensi dan sudut pandang mereka. Dengan kata lain, bukan lagi media yang secara dominan membentuk pandangan audiens, melainkan audiens pun secara aktif memilih media yang cocok dengan perspektifnya sendiri (Eriyanto, 2022). Merujuk pada laporan *Reuters Institute Study for Journalism* berjudul *Digital News Report 2024*, terdapat sejumlah platform media berita daring yang paling banyak dipilih oleh masyarakat Indonesia untuk mengakses informasi politik. Berikut merupakan Gambar 1.5 yang menunjukkan hasil survei kepada masyarakat Indonesia pada tahun 2024 berkaitan dengan 10 media daring yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia:



Gambar 1.5 Media Daring yang Paling Banyak Digunakan Warga Indonesia Tahun 2024

Sumber: Santika (2024)

Berdasarkan hasil survei tersebut, *detik.com* menjadi platform paling populer bagi 50% responden. *Kompas.com* berada di posisi kedua dengan 39% responden, diikuti oleh *tribunnews.com* yang digunakan oleh 28% responden. Media *tvOneNews.com* menempati posisi keempat dengan 26% pengguna, sedikit lebih tinggi dibandingkan *cnnindonesia.com* yang mencatatkan angka 25%. Liputan 6 berada di urutan keenam dengan 22%, diikuti oleh *metrotv.com* yang memiliki persentase serupa. *Kumparan.com* memperoleh 17% responden, sementara *tempo.co* dan *sindonews.com* masing-masing diakses oleh 15% dan 13% responden.

Media memiliki cara yang beragam dalam memahami dan memaknai suatu kasus. Perbedaan tersebut tercermin dalam berbagai aspek pemberitaan, seperti intensitas produksi berita terhadap suatu kasus, sudut pandang berita, interpretasi terhadap kasus, gaya penulisan, dan cara mengategorikan informasi. Selain itu, setiap media menyertakan elemen-elemen tertentu dalam pemberitaan yang disesuaikan dengan isu yang ingin diangkat (Wisnutomo & Prasetyawati, 2023). Dengan demikian, dalam penelitian ini, pemilihan subjek media massa di Indonesia didasarkan pada dua alasan, yaitu preferensi khalayak dan tingginya intensitas pemberitaan yang mencerminkan besarnya perhatian media dan publik

pada periode yang dipilih, yaitu bulan September hingga Oktober 2024. Merujuk pada hasil analisis Drone Emprit (2024), rentang tersebut bertepatan dengan waktu ketika isu ini tengah mendapat perhatian publik dan banyak diperbincangkan. Maka, pemilihan beberapa media yang dijadikan subjek penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi variasi sudut pandang dalam pemberitaan yang dilakukan oleh media ketika isu tersebut tengah ramai diperbincangkan.

Berikut ini merupakan Tabel 1.1 yang berisi hasil olahan data penulis terkait jumlah berita yang diproduksi oleh 10 media daring di Indonesia mengenai isu dugaan keterkaitan antara Gibran dengan akun Kaskus fufuafa pada periode bulan September hingga Oktober 2024:

Tabel 1.1 Jumlah Pemberitaan pada Media Daring
Periode September-Oktober 2024

No.	Nama Media	Jumlah Berita Terkait
1	<i>Detik.com</i>	18 Berita
2	<i>Kompas.com</i>	13 Berita
3	<i>Tribunnews.com</i>	33 Berita
4	<i>Tvonenews.com</i>	25 Berita
5	<i>Cnnindonesia.com</i>	24 Berita
6	<i>Liputan6.com</i>	17 Berita
7	<i>Metrotv.com</i>	19 Berita
8	<i>Kumparan.com</i>	21 Berita
9	<i>Tempo.co</i>	45 Berita
10	<i>Sindonews.com</i>	10 Berita

Sumber: Olahan Data Penulis, 2024

Berdasarkan hasil olah data penulis, *tempo.co* menjadi media dengan jumlah pemberitaan terbanyak, yakni sebanyak 45 berita. Di posisi berikutnya, *tribunnews.com* menerbitkan 33 berita, diikuti oleh *tvonenews.com* dengan 25 berita, serta *cnnindonesia.com* yang melaporkan 24 berita terkait. Media lainnya seperti *kumparan.com* dan *metrotv.com* juga berkontribusi dengan masing-masing memuat 21 dan 19 berita. *Detik.com*, *liputan6.com*, dan *kompas.com* memiliki jumlah pemberitaan yang lebih rendah, masing-masing 18, 17, dan 13 berita.

Sementara itu, *sindonews.com* mencatat jumlah pemberitaan paling sedikit, yakni 10 berita. Berdasarkan data tersebut, maka berita dari media *tempo.co* dan *tribunnews.com* dipilih sebagai objek kajian analisis bingkai pemberitaan untuk menggali variasi bingkai berita yang dihasilkan.

Penelitian terdahulu oleh Kurnia et al. (2024) berjudul “*Framing Analysis of the Reporting Scenario of Gibran Becoming Vice President on CNN Indonesia Media*” mengungkap bagaimana media membingkai pemberitaan tentang Gibran Rakabuming Raka dalam konteks pencalonannya sebagai Wakil Presiden pada Pemilihan Presiden 2024. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivisme, penelitian ini mengaplikasikan model analisis dari Robert N. Entman terhadap lima teks berita yang dipilih dari total 25 berita yang tersedia pada bulan Oktober 2023. Hasil analisis menunjukkan bahwa *CNN Indonesia* cenderung menggunakan pembingkai kritis, dengan fokus pada kritik dan potensi kontroversi dibandingkan prestasi atau kualitas kepemimpinan Gibran.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rochmawati et al. (2024) berjudul “*The Framing Analysis of Gibran Rakabuming's Coverage as Vice Presidential Candidate on Tribunnews.com*” menganalisis pembingkai oleh media terhadap pencalonan Gibran sebagai calon Wakil Presiden dalam pemilihan umum tahun 2024, menggunakan kerangka analisis dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Penelitian ini mengungkapkan bagaimana *tribunnews.com* menggunakan struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik untuk membentuk pemberitaan mengenai Gibran. Penelitian ini mendapati bahwa dalam struktur sintaksis, *tribunnews.com* menekankan keakuratan fakta melalui kutipan dan elemen 5W+1H. Struktur tematik menunjukkan bahwa berita tersebut menggambarkan Gibran sebagai sosok yang mampu merespon pertanyaan publik. Dalam struktur retorik, media cenderung menyajikan informasi faktual, bahkan menonjolkan data statistik untuk memperkuat narasi.

Penelitian terdahulu oleh Kurnia et al. (2024) dan Rochmawati et al. (2023) memberikan wawasan penting tentang bagaimana media massa membingkai pemberitaan mengenai Gibran Rakabuming Raka, baik dalam konteks pencalonannya sebagai Wakil Presiden, maupun aspek-aspek positif lainnya. Namun, kedua penelitian tersebut memiliki keterbatasan yang memberikan ruang bagi gap dalam penelitian ini. Penelitian Kurnia et al. (2024)

hanya berfokus pada satu media. Penelitian tersebut juga cenderung menekankan pada bingkai kritis terhadap Gibran, tetapi tidak memberikan perspektif yang lebih luas mengenai keragaman bingkai dalam pemberitaan dari media lain. Maka, penelitian tersebut hanya mengkaji berita yang lebih fokus pada kritik dan kontroversi, serta tidak meninjau pemberitaan maupun media lain yang dapat memberikan gambaran lebih seimbang.

Di sisi lain, penelitian Rochmawati et al. (2023) memberikan kontribusi dengan menggali bingkai dari pemberitaan *tribunnews.com* terkait pencalonan Gibran. Namun, penelitian ini hanya menganalisis pemberitaan yang bersifat positif. Dengan demikian, penelitian ini tidak memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana media membingkai isu yang memiliki sisi kritis atau kontroversial. Selain itu, Rochmawati et al. (2023) hanya menggunakan satu media sebagai subjek penelitian yang membatasi analisis terhadap pendekatan media dari satu sumber saja, tanpa mempertimbangkan variasi bingkai dari beberapa media yang berbeda.

Gap yang ditemukan melalui kedua penelitian tersebut adalah tidak adanya perbandingan pembingkai antara media yang berbeda. Selain itu, kedua penelitian tersebut dilakukan ketika proses pencalonan Gibran sebagai Wakil Presiden, sehingga keduanya tidak mengkaji isu terbaru yang muncul menjelang pelantikan Gibran. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap tersebut dengan memperluas objek kajian pada dua media daring, yaitu *tempo.co* dan *tribunnews.com*. Penulis juga mengangkat isu terbaru berkaitan dengan Gibran, yang ramai diperbincangkan menjelang pelantikan Presiden dan Wakil Presiden pada bulan Oktober 2024 sehingga terdapat unsur keterbaruan dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis pembingkai berita untuk mengkaji bagaimana media menyusun pemberitaan mengenai polemik keterkaitan antara Gibran Rakabuming Raka sebagai Wakil Presiden Indonesia dengan akun Kaskus Fufufafa dengan periode berita sesuai dengan puncak ketenaran topik, yaitu bulan September 2024, hingga bulan pelaksanaan pelantikannya sebagai Wakil Presiden yaitu Oktober 2024. Analisis bingkai pemberitaan dipilih karena pendekatannya membantu penulis dalam meneliti sudut pandang media dan konstruksi relitasnya terhadap isu-isu tertentu (Eriyanto, 2012). Model pembingkai Robert N. Entman dipilih karena memberikan kerangka analisis

yang efektif untuk memahami bagaimana media membentuk realitas sosial melalui empat elemen, yaitu pendefinisian masalah, memperkirakan penyebab masalah, membuat keputusan moral, dan menekankan penyelesaian. Selain itu, terdapat pula dua dimensi, seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu yang dapat membantu peneliti mengidentifikasi pembingkai yang dilakukan oleh kedua media (Eriyanto, 2012). Berdasarkan latar belakang masalah dan urgensi penelitian, diharapkan penelitian ini dapat memberi wawasan mengenai perbedaan pembingkai dengan mengisi gap dalam literatur yang telah ada sebelumnya.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan membandingkan bagaimana bingkai pemberitaan yang dilakukan oleh media *tempo.co* dan *tribunnews.com* mengenai isu Gibran Rakabuming Raka terkait dugaan kepemilikan akun Kaskus Fufufafa.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan tujuan penelitian, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah bagaimana media daring *tempo.co* dan *tribunnews.com* membingkai isu dugaan Gibran Rakabuming Raka sebagai pemilik akun Kaskus Fufufafa melalui empat elemen bingkai pemberitaan menurut Robert N. Entman, yakni pendefinisian masalah (*define problem*), penetapan sumber masalah (*diagnose causes*), penilaian moral (*make moral judgement*), dan rekomendasi penanganan (*treatment recommendation*), serta bagaimana dimensi pola seleksi isu dan penonjolan aspek diterapkan dalam pemberitaan kedua media tersebut?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman kepada pembaca mengenai pentingnya bersikap kritis terhadap konten pemberitaan media, khususnya terkait isu yang melibatkan tokoh publik dan ranah politik. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi praktisi media dan jurnalis dalam menyusun

pemberitaan, terutama dalam menghadapi isu yang sensitif dan berpotensi membentuk opini publik

1.4.2 Manfaat Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi pengembangan studi komunikasi massa, terutama dalam memahami bagaimana bingkai pemberitaan media dibentuk. Penelitian ini diharapkan pula dapat memperkaya literatur mengenai metode analisis pembingkai dalam konteks pemberitaan digital isu politik di Indonesia. Temuan dalam penelitian ini diharapkan menjadi pengayaan konseptual yang dapat dimanfaatkan oleh studi-studi selanjutnya yang menelaah strategi media dalam membingkai suatu isu, figur, dan kontestasi politik.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

1.5.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai pada tanggal 17 Oktober 2024 dan selesai pada tanggal 30 Mei 2025. Penentuan topik dan judul penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2024. Penyusunan proposal Bab 1, Bab 2, dan Bab 3 berlangsung selama tiga bulan, yaitu dari November 2024 hingga Januari 2025. Tahap persiapan, pendaftaran, hingga pelaksanaan *Desk Evaluation* dilakukan pada bulan Desember 2024 hingga Januari 2025. Penyusunan Bab 4 serta penarikan kesimpulan pada Bab 5 dilaksanakan dari bulan Maret hingga Mei 2025. Pendaftaran sidang skripsi dilakukan pada bulan Juni 2025. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa proses penelitian ini berlangsung selama sembilan bulan.

1.5.2 Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah pemberitaan di media daring dengan fokus pada dua platform berita yang terpilih berdasarkan preferensi khalayak dan intensitas pemberitaannya terkait isu dugaan Gibran Rakabuming Raka sebagai pemilik akun Kaskus Fufufafa. Media yang dipilih sebagai subjek dalam penelitian ini adalah *tempo.co* dan *tribunnews.com*.